

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil membuktikan bahwa bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang cukup baik terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata indeks sebesar 78, yang berada dalam kategori sedang. Pernyataan dengan indeks tertinggi menunjukkan bahwa pelanggan percaya pada kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan mereka, sementara indeks terendah menunjukkan bahwa bukti fisik kualitas produk masih perlu diperkuat. Secara keseluruhan, meskipun kualitas pelayanan telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, masih terdapat ruang untuk peningkatan
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga (X2) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan nilai rata-rata indeks sebesar 82,46 dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa harga produk terjangkau, sesuai dengan kualitas yang diberikan, dan sejalan dengan kemampuan mereka. Indeks tertinggi terdapat pada pernyataan

bahwa harga produk sesuai dengan kemampuan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa faktor keterjangkauan menjadi salah satu aspek penting dalam kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, harga yang kompetitif dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan mereka.

Dengan demikian, kimia farma kebutuhan oebufu kupang perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan serta meninjau kembali kebijakan harga agar tetap kompetitif, guna memastikan pelanggan merasa puas dan loyal terhadap layanan yang diberikan.

1.2. Implikasi Teoritis

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Secara teoritis, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Teori ServQual (Parasuraman, Zeithaml, & Berry) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Ketika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, dalam hal ini Kimia Farma Oebufu Kupang, sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Namun, dalam penelitian ini, meskipun ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, pengaruhnya mungkin tidak cukup besar, yang mengindikasikan adanya faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ini dapat menyarankan pentingnya

untuk menyesuaikan kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan yang semakin meningkat dan dinamis.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Secara teoritis, harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam teori Value Perception (Persepsi Nilai), pelanggan cenderung membandingkan harga yang mereka bayar dengan manfaat atau kualitas yang mereka terima. Jika pelanggan merasa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas produk dan layanan yang mereka terima, mereka akan merasa puas.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan mendukung teori ini. Ini mengindikasikan bahwa pelanggan di Kimia Farma Oebufu Kupang merasa puas ketika harga yang mereka bayar dianggap wajar atau sebanding dengan kualitas yang mereka terima.

1.3. Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut;

1. Bagi apotek kimia farma oebufu kupang

Kualitas pelayanan, harga yang merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkunjung atau membeli obat-obatan sehingga perlu mempertahankan kualitas pelayanan, harga karena sangat memberikan kontribusi yang positif bagi pelanggan